

ZALLO, R. *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*.

Barcelona: Gedisa, 2011, 414 p.

ISBN: 978-84-9784-666-0

PER CARMINA CRUSAFON

Professora lectora de la Universitat Autònoma de Barcelona



Una mirada exhaustiva de les estructures i de les polítiques de la comunicació i de la cultura

El llibre *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital* se situa en el camp de l'economia política i suposa una mirada exhaustiva sobre el sistema comunicatiu i cultural, així com sobre les polítiques de la comunicació i de la cultura en l'escenari digital. Es tracta d'un llibre que presenta una estructura híbrida entre l'assaig crític i el manual universitari. Aquesta obra suposa una aportació i una posada al dia importants del text clàssic de Ramón Zallo, *Economía de la comunicación y la cultura* (1988), ateses les grans transformacions que han viscut totes dues àrees temàtiques. L'objectiu de l'autor és proporcionar una mirada integral de l'escenari digital que ofereix elements de reflexió i, alhora, també fa propostes i obre camins per desenvolupar la recerca en aquest àmbit.

El llibre es divideix en tres parts: la primera presenta un plantejament sobre l'economia política i la comunicació a l'era global, en què prenen protagonisme principalment els conceptes de cultura, identitat, globalització i digitalització. La segona gira entorn de l'economia de la cultura, la diversitat i la crisi. I la tercera part se centra en les polítiques culturals i comunicatives a l'era digital.

La primera part suposa un punt de partida per abordar posteriorment l'anàlisi més reflexiva de l'economia de la cultura i de les polítiques de comunicació. N'estableix les bases, tot realitzant una aproximació exhaustiva a conceptes bàsics com la cultura, l'espai i el sistema cultural. Es presenta una categorització dels termes i dels conceptes des d'un enfocament instrumental. Alhora, s'expliquen des de la perspectiva de la globalització i de la digitalització, concebudes com els vectors de canvi en l'escenari mundial. L'obra suposa una contribució significativa a la disciplina de l'economia política. Fa propostes de definició per delimitar conceptes que molts cops es troben dins de fronteres poc precises.

La mirada de Zallo cuida molt el llenguatge per tal que no estigui tenyit d'anglicismes. Es veu clarament d'on beu l'autor,

amb l'ús de conceptes com *comunicació-món*, l'ús de *mundial* i *mundialització* i de *filera audiovisual*, en detriment d'un ús molt residual dels termes anglosaxons. És la versió en castellà de l'equivalent dels autors francesos per preservar la perspectiva europea continental i, en concret, la singularitat de la perspectiva ibèrica.

De la primera part, en requereix una menció especial el capítol 3, centrat en el concepte d'identitat. És un exemple clar de la sensibilitat i de la preocupació de Zallo per reflectir la diversitat de mirades sobre l'estructura comunicativa. En concret, el protagonisme del concepte d'identitat i del seu reflex en les diferents realitats, així com les diferents situacions fruit de circumstàncies de risc i del procés de globalització i de la identitat no vinculada al concepte d'Estat. La posició de l'autor es fa explícita en els adjectius que qualifiquen les diferents identitats. L'origen basc de l'autor fa que realitzi una contribució rellevant en aquests àmbits, en moltes ocasions, uns aspectes oblidats en altres llibres de referència en llengua castellana.

De la segona part, en destaca la mirada, des de la perspectiva crítica, sobre l'economia de la cultura i de la comunicació del capítol 5. Hi apareixen elements propis de manual, com les característiques econòmiques de la cultura i de la comunicació (els trets distintius) (p. 162-170), també en la descripció del sistema de *comunicació-món* (p. 73-81). La importància de l'audiovisual (capítol 6) es mostra en l'explicació detallada de les especificitats i de les particularitats d'aquesta indústria (seguint el model d'enumeració propi d'un llibre universitari de referència). Amb una intenció il·lustrativa, Zallo analitza escenaris concrets de la realitat espanyola i de la seva diversitat autònoma i cultural, i fa algunes referències a la dimensió europea.

En la varietat de contribucions que proposa Zallo –que el lector va descobrint a mesura que s'endinsa en el llibre i que no sempre han estat anunciades–, presenta elements de prospectiva (capítol 7) en què adquireixen protagonisme la crisi econòmica i la digitalització com a vectors de canvi que ajuden a explicar les transformacions de l'escenari comunicatiu i cultural en l'actualitat. Fins i tot presenta el que anomena *hipòtesi ge-*

neral prospectiva al final del capítol (p. 218), la ubicació de la qual confon el lector, perquè queda deslligada i li fa perdre protagonisme.

El capítol 8 presenta una singularitat a destacar, per poc habitual, en els textos d'aquest àmbit temàtic: una proposta de prioritats per a la recerca en economia i polítiques de comunicació. Es tracta d'un conjunt de temes que configuren una agenda de matèries a considerar i es complementa amb un quadre holístic per a una economia crítica de la comunicació i de la cultura. Tot i que la contribució és molt rellevant i cal remarcar-la com a tal, la dimensió gràfica de les taules està poc aconseguida i no en facilita la comprensió. Caldria millorar aquest aspecte, perquè duplicaria la importància de la proposta (p. 225 i 228-231).

Els capítols 10 i 12 presenten una anàlisi detallada i molt acurada de les polítiques culturals i comunicatives a Espanya i a les comunitats autònomes que permet obtenir un estat actual de la qüestió. Tots dos capítols són un dels elements a destacar del llibre. Són realment recomanables, especialment per l'explicació de l'evolució de les polítiques del govern de Rodríguez Zapatero (2004-2010) cap a un gir neoliberal. El darrer capítol (cap. 14) també suposa una contribució que cal destacar: Zallo presenta una proposta d'agenda per a la política cultural, audiovisual i d'internet a Espanya i a les comunitats autònomes. L'enfocament és dual, perquè l'autor no es limita a fer les propostes concretes per a cada àmbit, sinó que és explicatiu en els termes i en les línies d'actuació.

El llibre de Zallo omple un buit en la bibliografia en llengua castellana, perquè abasta de forma exhaustiva dues àrees –l'estructura i les polítiques– que tradicionalment han estat tractades de forma separada. En l'àmbit de l'estructura mediàtica, hi tenim les obres de Ramón Reig (2010 i 2011) i de Bernardo Díaz Nosty (2007), que fan una anàlisi dels mitjans de comunicació en diferents escenaris geogràfics. Sobre l'economia política de la comunicació, Zallo ofereix una visió complementària de l'obra del canadenc Vincent Mosco (2009), que fa un recorregut conceptual i històric des d'una mirada anglosaxona. Des d'una perspectiva combinada d'estructura i de polítiques, podem destacar les obres d'Enrique Bustamante (2002, 2003 i 2011), en què Zallo també col·labora, però sobretot la darrera, sobre les indústries creatives: es tracta d'una obra que analitza aquest concepte i ofereix una reflexió crítica a partir de les aportacions d'acadèmics internacionals rellevants.

En definitiva, l'obra de Zallo es converteix en una referència en l'àmbit de l'estructura i de les polítiques de comunicació en llengua castellana que pot ajudar tant els acadèmics com els estudiants a entendre'n el funcionament en l'escenari digital.

Referències

- BUSTAMANTE, E. (coord.) *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002, 384 p.
- BUSTAMANTE, E. (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003, 384 p.
- BUSTAMANTE, E. (ed.) *Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa, 2011, 192 p.
- DÍAZ NOSTY, B. (dir.) *Medios de comunicación: el escenario iberoamericano*. Barcelona: Ariel, 2007, 419 p.
- REIG, R. *La telaraña mediática: cómo conocerla, cómo comprenderla*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social, 2010, 196 p.
- REIG, R. *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa, 2011, 320 p.
- MOSCO, V. *Economía política de la comunicación. Reformulación y renovación*. Barcelona: Bosch Comunicación, 2009, 440 p.
- ZALLO, R. *Economía de la comunicación y la cultura*. Torrejón de Ardoz (Madrid): Akal, 1988, 207 p.